

ANALISIS PENGARUH *ONLINE SERVICESCAPE* TERHADAP
KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA NIAT BELI KONSUMEN
DI TOKOPEDIA.COM

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Menjadi Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :
Reinardus Krista Wimala
NPM : 12 03 19388

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2016

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH *ONLINE SERVICESCAPE* TERHADAP
KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA NIAT BELI KONSUMEN DI
TOKOPEDIA.COM

Disusun Oleh:

Reinardus Krista Wimala

NPM : 12 03 19388

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Mahestu N. Krisjanti, MSc. IB., Ph.D.

Tanggal 14 September 2016

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH *ONLINE SERVICESCAPE* TERHADAP
KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA NIAT BELI KONSUMEN DI
TOKOPEDIA.COM

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Reinardus Krista Wimala

NPM : 12 03 19388

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 12 Oktober 2016 dan
dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana
Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Dr. J. Ellyawati, MM.

Anggota Panitia Penguji


Mahestu N. Krisjanti, MSc. IB., Ph.D.


Drs. Ign. Sukirno, MS.

Yogyakarta, 12 Oktober 2016

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH *ONLINE SERVICESCAPE* TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA NIAT BELI KONSUMEN DI TOKOPEDIA.COM

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 September 2016

Yang menyatakan,



Reinardus Krista Wimala



“Mintalah, maka akan diberikan kepadamu; carilah, maka kamu akan mendapat; ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu. Karena setiap orang yang meminta, menerima dan setiap orang yang mencari, mendapat dan setiap orang yang mengetok, baginya pintu dibukakan.”

(Matius 7:7-8)

KATA PENGANTAR

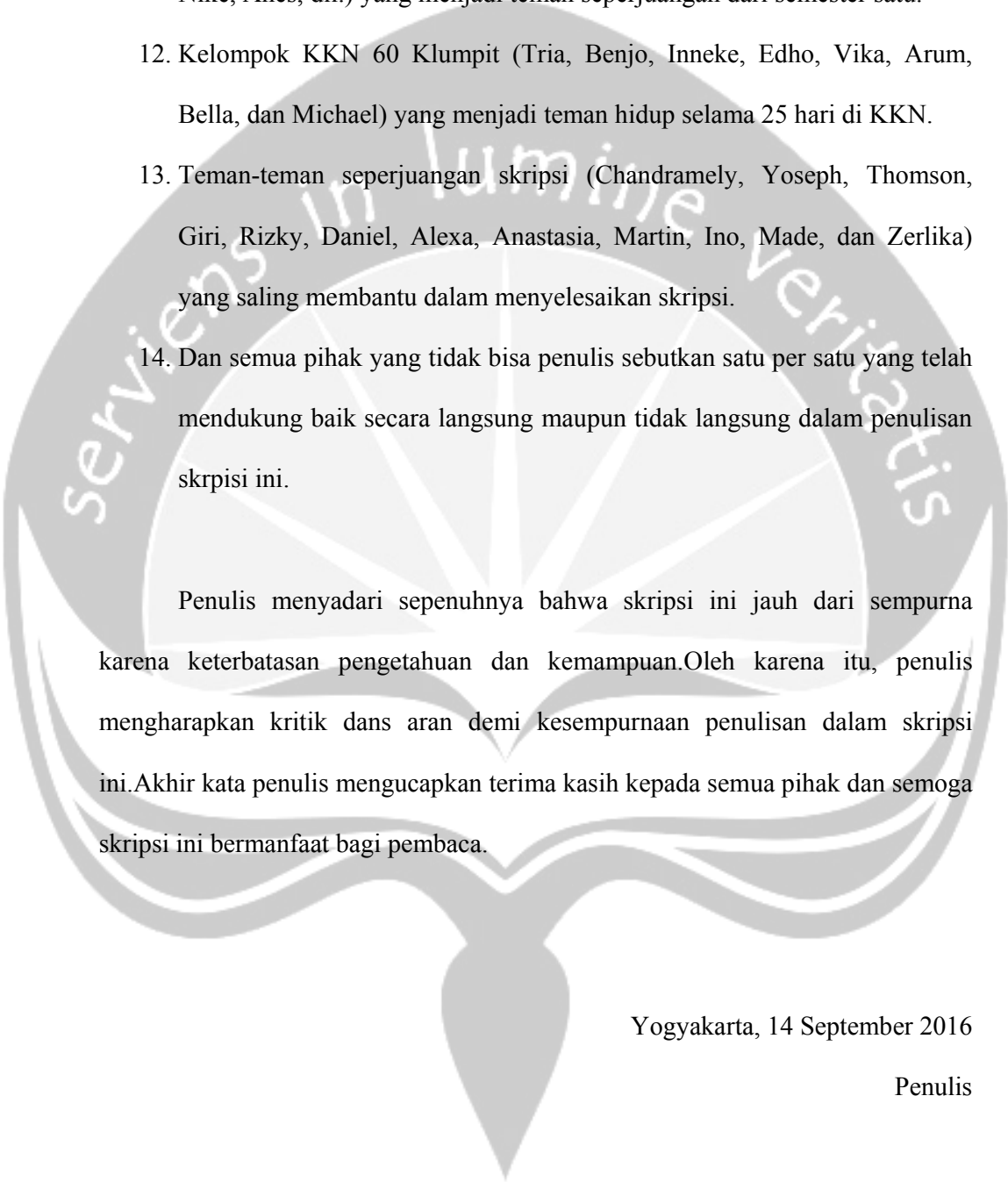
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kasih, rahmat serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Online Servicescape* Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Niat Beli Konsumen Di Tokopedia.com”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sulit terwujud tanpa adanya bantuan doa serta dukungan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberi berkat kepada penulis dalam menempuh studi S1 serta memampukan penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, pengarahan, dan saran-saran kepada penulis dengan penuh perhatian dan kesabaran selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak, Ibu, Mas Leo, dan Dek Lia atas dukungan, kasih sayang, semangat serta doa yang selalu dipanjatkan kepada penulis. Kalian adalah sumber semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Om Dot, Tante Tatik, Dista, Tasya, dan Andre yang bersedia direpotkan selama 4 tahun penulis berkuliah.
5. Sahabat-sahabat (Mega Kus, Tere, Revinna, Febri Muz, Thea, Santi Heni, Ivan Cyr, Tantri, Winda, Yoan, dll.) yang selalu mendengar keluh kesah penulis.
6. Lia, Danes, Aldi, Titis, Yudis, Efan, Diko, Cyr, Thea, Aris, Egi, Bibop, Wahyu, Putra, Fricil, Mega Schol, Iyer, Novi, Firman, Aseng, Mario, Bilal, Niko, Yuni, Yuko, Febri, Inneke, Tria, dan beberapa pihak yang lupa disebutkan yang telah menyempatkan diri menunggu saat hari perjuangan akhir.
7. Anak-anak Perjaka (Dismas, Christian, Ade, Anjar, Om Adit, Gumilang, Danang, Yuko, Jojon, Herry, Hendra, dan Bilal) yang selalu memberi ‘inspirasi’ dikala penulis suntuk dalam mengerjakan skripsi.
8. Public Relation HMPSM (Dismas, Bilal, Adit, Sony, Fricil, Dian, Magay, Sanri, Alina, Mega, dll) yang selalu memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
9. *Student Staff* KAA (Yoan, Tiko, Cicil, Niko, Ciput, Clara, Elsy, Devinna, Zo, Iren, Yunda, Risma, Novi, Ika, Handi, Venna, Hana, Maya, Yuni, Johan, Juki, Cyr, Vinna, Mega, Mbak Eka, dll.) yang telah memberi pengalaman berharga selama di KAA.
10. Pogung Squadra (Ivan Cyr, Diko, Yudis, Titus, Tanto, Bandar, Efan, dll) yang selalu menghibur dikala penulis penat skripsi.

- 
11. Teman-teman kelas C (Firman, Aris, Egi, Wahyu, Putra, Meilan, Diah, Nike, Anes, dll.) yang menjadi teman seperjuangan dari semester satu.
 12. Kelompok KKN 60 Klumpit (Tria, Benjo, Inneke, Edho, Vika, Arum, Bella, dan Michael) yang menjadi teman hidup selama 25 hari di KKN.
 13. Teman-teman seperjuangan skripsi (Chandramely, Yoseph, Thomson, Giri, Rizky, Daniel, Alexa, Anastasia, Martin, Ino, Made, dan Zerlika) yang saling membantu dalam menyelesaikan skripsi.
 14. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan dalam skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 14 September 2016

Penulis

Reinardus Krista Wimala

DAFTAR ISI

	halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Halaman Motto	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Batasan Masalah	5
1.6. Sistematika Penulisan Laporan	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. <i>E-Servicescape</i>	8
2.1.1. Keindahan Tampilan	9
2.1.1.1. Daya Tarik Visual	9
2.1.1.2. Keaslian Desain	9
2.1.1.3. Nilai Hiburan	10
2.1.2. Tata Letak dan Fungsionalitas	10
2.1.2.1. Kegunaan	10
2.1.2.2. Relevansi Informasi	11
2.1.2.3. Kustomisasi	11
2.1.2.4. Interaktivitas	11
2.1.3. Keamanan Pembayaran	11
2.1.3.1. Kemudahan dalam Pembayaran	12
2.1.3.2. Keamanan yang dirasakan	12
2.2. Kepercayaan	12
2.3. Niat Beli	13
2.4. Penelitian Terdahulu	14
2.5. Pengembangan Hipotesis	16
 BAB III METODE PENELITIAN	 20
3.1. Desain Penelitian	20
3.2. Populasi dan Sampel	20

3.3. Metode Pengumpulan Data	22
3.4. Definisi Operasional	23
3.5. Pengukuran Instrumen Penelitian	26
3.5.1. Uji Validitas	26
3.5.2. Uji Reliabilitas	26
3.6. Metode Analisis Data	26
3.6.1. Analisis Regresi Berganda	27
3.6.2. Analisis Regresi Sederhana	27
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Pendahuluan	28
4.2. Profil Responden	29
4.3. Analisis Data	30
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	30
4.3.2. Analisis Regresi Linier	36
4.3.2.1. Analisis Regresi Berganda	36
4.3.2.2. Analisis Regresi Sederhana	47
4.4. Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Implikasi Manajerial	57
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	58

Daftar Pustaka	61
----------------------	----

Lampiran



DAFTAR TABEL

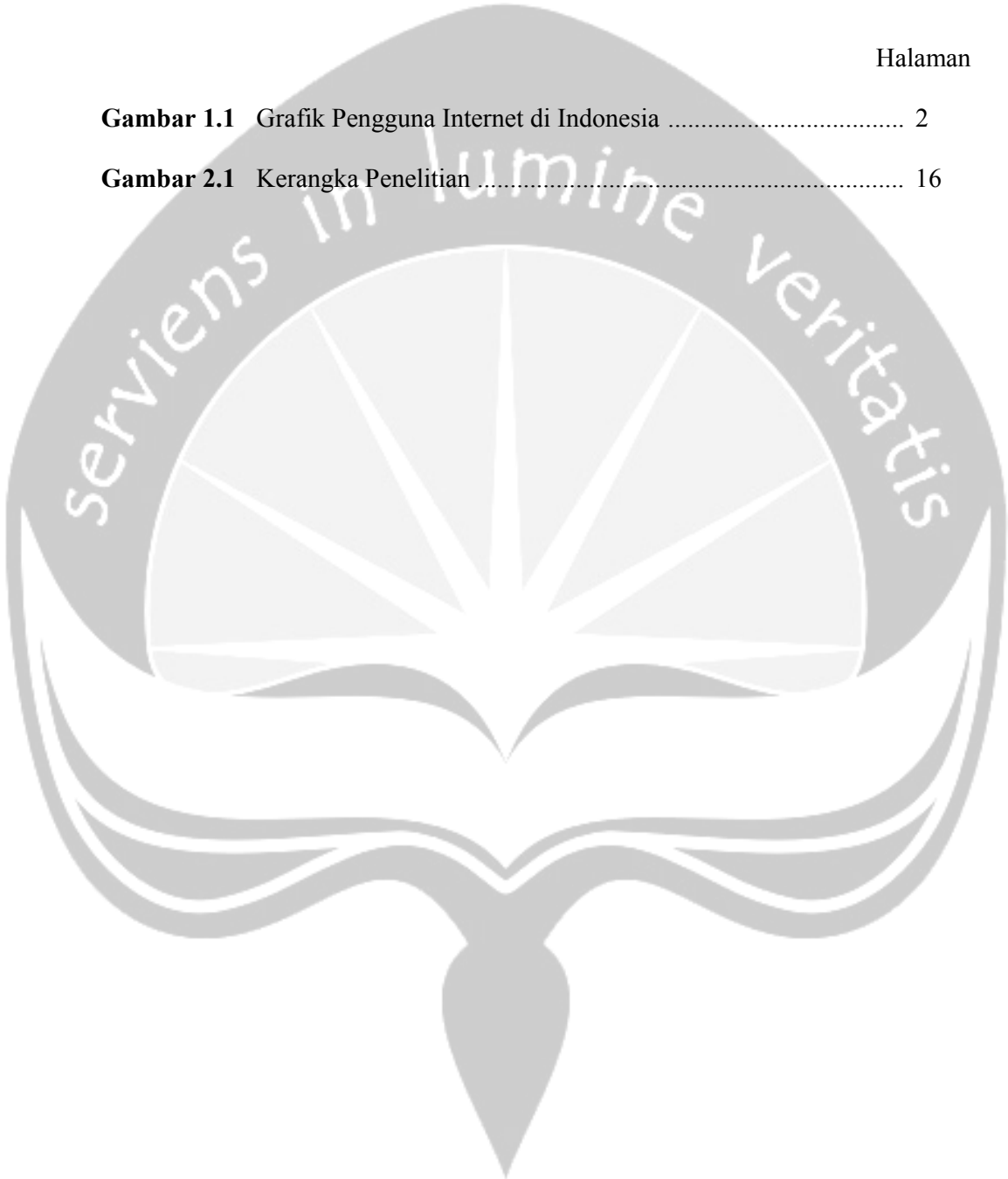
	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Item Kuesioner	23
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan	30
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Setelah Drop Pernyataan	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi Keindahan Tampilan	37
Tabel 4.7 Hasil Uji t Keindahan Tampilan	37
Tabel 4.8 Hasil Uji F Keindahan Tampilan	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi Tata Letak dan Fungsionalitas	40
Tabel 4.10 Hasil Uji t Tata Letak dan Fungsionalitas	41
Tabel 4.11 Hasil Uji F Tata Letak dan Fungsionalitas	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Keamanan Pembayaran	44
Tabel 4.13 Hasil Uji t Keamanan Pembayaran	45
Tabel 4.14 Hasil Uji F Keamanan Pembayaran	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Niat Beli	47

Tabel 4.16	Hasil Uji t Kepercayaan	48
Tabel 4.17	Hasil Uji F Kepercayaan	49
Tabel 4.18	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	50



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	16



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I Kuesioner	65
Lampiran II Profil Responden	68
Lampiran III Uji Validitas dan Reliabilitas	69
Lampiran IV Analisis Regresi Berganda	77
Lampiran V Analisis Regresi Sederhana	79
Lampiran VI Rekap Data Kuesioner	81

**ANALISIS PENGARUH *ONLINE SERVICESCAPE* TERHADAP
KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA NIAT BELI KONSUMEN DI
TOKOPEDIA.COM**

Disusun Oleh:

Reinardus Krista Wimala

NPM : 12 03 19388

Dosen Pembimbing

Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh keindahan tampilan sebuah *website* terhadap kepercayaan konsumen, (2) pengaruh tata letak dan fungsionalitas sebuah *website* terhadap kepercayaan konsumen, (3) pengaruh sistem keamanan sebuah *website* terhadap kepercayaan konsumen, dan (4) pengaruh kepercayaan konsumen terhadap niat beli konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial sebanyak 132 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara *online* dengan mengirimkan *link* kuesioner dari *google forms* kepada teman-teman di grup WhatsApp dan LINE. Kuesioner berisikan 51 *item* pernyataan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi sederhana dan regresi berganda.

Hasil pengujian data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keindahan tampilan berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen, tata letak dan fungsionalitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen, sistem keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen.

Kata kunci: *e-servicescape*; keindahan tampilan; tata letak dan fungsionalitas; sistem keamanan; kepercayaan; dan niat beli.